

阿道夫×《山海奇幻夜》营销案例

- ◆ 品牌名称：阿道夫
- ◆ 所属行业：日化行业
- ◆ 执行时间：2022.12.13-2023.02.09
- ◆ 参选类别：日化/个护类

神兽闪现， 共赴山海。

阿道夫X《山海奇幻夜》营销案例

YOUKU ▶

阿道夫



目录

PART 1

行业之乱

PART 2

理想之境

PART3

破局之道

PART4

惊喜之果



背景：行业之乱

01

卷

- ◆ 洗护品牌席卷市场，同类新品层出不穷。

02

盲

- ◆ 绝大多数品牌盲目从众，企图以更大的投放量与对手竞争，形成恶性循环。

03

虚

- ◆ 许多品牌希望以虚无难懂的概念吸引消费者。

目标：理想之境

01

亮

- ◆ 形成自身品牌记忆点，打造区别竞品的差异化形象。

02

新

- ◆ 跳出盲目加大投放量的营销陷阱，以小投入，实现大曝光，拉动新客。

03

实

- ◆ 从虚无的概念回归本源，深化消费者对产品功效的认知。

洞察&策略：破局之道

YOUKU ▶



如何跳出行业之乱，到达理想之境？

破局之道-包装与国潮的结合

焕新国潮，天然香遇

阿道夫×神兽山海经系列产品，给予消费者极致视觉享受

阿道夫 × 神兽山海经

传承千年匠心之魂，养护中国秀发之美

#新中式头皮护理——阿道夫茶麸

跨越千年的东方智慧

黑头发黄皮肤的审美传承

取其精华，科技焕新

来自天然绿色的呵护



歌莺舞燕，触动心灵

捆绑奇幻街的标志性人物，开启与九尾狐的“香遇”之旅

明星种草 - Nene郑乃馨

在《山海奇幻夜》中，山海经达人焕焕将在山海奇幻街给郑乃馨完成「九尾狐的绝美仿妆」，后续郑乃馨化身为奇幻街上的青丘九尾狐，闻乐而舞。



【选择理由】：

- 1-文化吻合：节目中出现的九尾狐形象与阿道夫茶麸系列神兽守护的理念相吻合，借势国潮文化传达品牌理念。
- 2-形象俱佳：nene完成九尾狐仿妆，闻乐而舞，为大家带来2023的美好祝愿，绝妙舞姿强化品牌品质调性。
- 3-自带人气：nene郑乃馨是中国华裔，热爱中华优秀传统文化，此前从人气偶像组合成功转型，粉丝基础深厚。

@微博粉丝470万

创造营2020以第五名成绩加入硬糖少女303

破局之道-IP与产品的结合

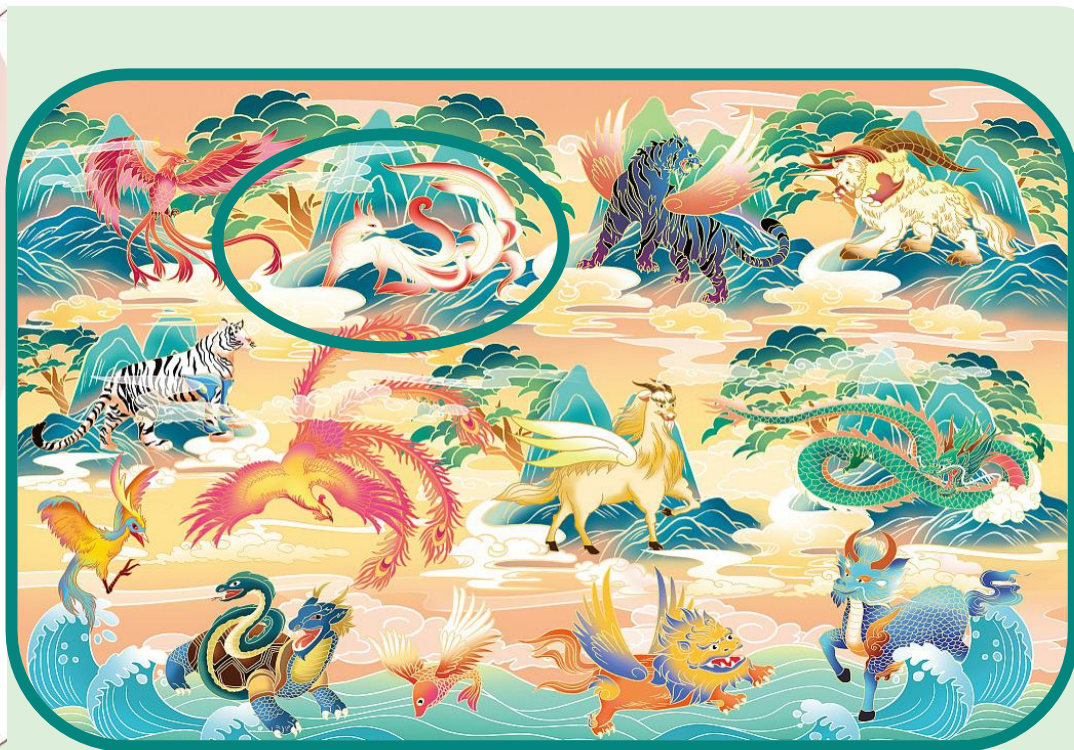
神兽闪现，共赴山海

探寻年轻女性喜爱的、与阿道夫产品契合的IP

IP合作 - 神兽九尾狐

【选择理由】：

- 1-滤镜加成：近年来，仙侠剧盛行，九尾狐成为年轻女性最喜爱的IP之一，自带仙侠滤镜，吸引女性受众。
- 2-祥瑞之兆：古籍上说“太平则出而为瑞”，指一旦九尾狐现世，则说明天下太平祥瑞，展现新年吉祥如意，在新年间拉近与阿道夫受众的距离。
- 3-产品契合度高：与阿道夫茶麸控油蓬松洗发水包装完美匹配，有利于增强九尾狐与阿道夫产品的连接，增强消费者对品牌的差异化印象。



破局之道——从IP变CP

根据包装与国潮的结合、明星与功效的结合、IP与产品的结合的需求，在过年节点期间，以合作伙伴的身份，巧妙匹配合适的晚会节目，**让品牌与IP深度捆绑，成为CP。**



媒介&执行：破局之道

YOUKU ▶



如何巧妙地与节目结合，作内容输出？

节目内-明星种草

明星种草，实力背书

品牌植入-nene 郑乃馨花式安利，好实力+好寓意，强化消费者对茶麸功效的认知。

点眉间一凤尾花，恍然梦入山海间，Nene化身可爱九尾狐，在逛山海小街中花式安利同款阿道夫茶麸系列洗发水，品牌关键理念尽显！

因为我用阿道夫茶麸洗发水

茶麸洗发水也有千年历史了，是中国传统护发成分，控油去屑，滋养头皮，用完头发特别蓬松飘逸

好实力+好寓意，成为爆款果然不简单

新一年有茶麸和九尾狐助力，一定会有好运降临



200%

品牌植入权益完成率

溢出！！

录屏视频，点击可播放

节目内-品牌露出

潜移默化，深入人心

品牌露出-捆绑nene郑乃馨九尾狐妆发环节，与阿道夫高度融合。

节目开篇强势吸睛-前置捆绑nene妆发环节露出



Nene正式表演前二次强调-嫦娥美妆店的好物



品牌露出权益完成率 **120%** 溢出！！

花式包装权益-不断加深阿道夫茶麸系列与九尾狐的文化连接。

阿道夫茶麸系列与「真香」名场面同屏

「合作伙伴」身份强化



压屏条



片尾鸣谢

包装权益完成率 **100%**

IP授权-阿道夫借势节目热潮&国潮表达多渠道深化品牌理念。

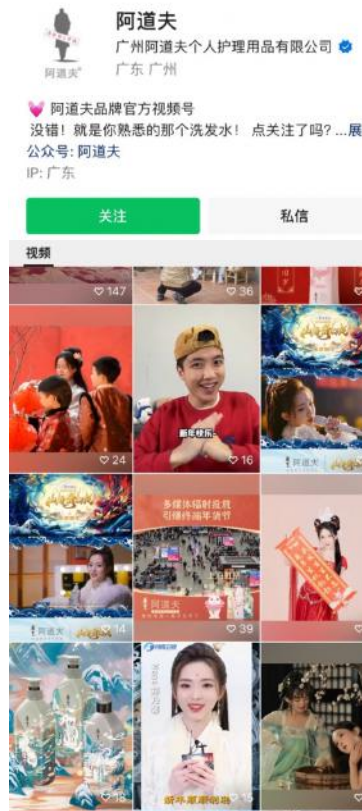
IP授权

《山海奇幻夜》合作伙伴

平面物料
授权

身份
授权

植入卡段
授权



节目外-核心硬广

硬广覆盖，硬核安利

优质硬广覆盖，PC+Mobile+OTT三端多位联合种草，持续抢占用户心智。

OTT屏保广告



PC综艺频道通栏1/通栏2



PC首页二屏通栏



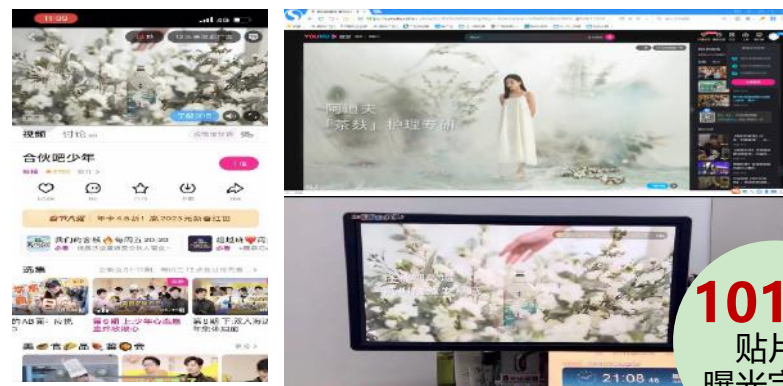
Mobile搜索结果页-上方banner



定向山海奇幻夜晚会-15秒某贴（三端）



15s前贴片定向综艺频道（三端）



节目外-电商入口

今日疯抢，销售疯长



电商联动-撬动天猫超市稀缺资源：**今日疯抢**坑位，助力转化。

猫超入口+优酷贴片导流



手淘首页固定入口-天猫超市



优酷暂停/贴片导流

猫超今日疯抢资源



Feeds产品坑位3个，持续16天，点击可到单品页



录屏-可播放

电商联动-撬动天猫超市年货节稀缺资源：**大促营销**坑位，打造IP同款好物。



会场曝光量**500万+**

效果&反馈：
惊喜之果-以小投入实现大曝光，新客曝光、转化占比高，转化数据好。

数据维度	日期	内容	数据
曝光	1.14-2.9	《山海奇幻夜》总播放量	64,000,000+
	1.14-1.20	硬广曝光PV	346,434,596
	1.14-1.18	大促营销会场曝光	5,000,000+
	曝光总计		415,434,596+

曝光总计**4.15亿+** 新客曝光占比达**95%** 新客转化占比达**80%**

备注：1.由于系统限制，新客数据仅涵盖节目植入+硬广部分，新客为淘系定义，即365日未买过阿道夫产品的用户 2.本项目预算范围为50-100万元

效果&反馈: 惊喜之果-阿道夫、阿道夫洗发水搜索人气持续攀升，产品好评度大幅上升。

借势《山海奇幻夜》节目热度，自1月14日开播后，阿道夫、阿道夫洗发水搜索人气持续攀升，新客、老客赞不绝口。



一直很喜欢用阿道夫品牌的，这次出了新款山海经的包装太好看了所以就买了，非常推荐大家购买哦。果果服务真不错呢

包装精美，客服态度很好，洗了头发真的有改善哦，值得信赖的大品牌。

物流很快，第二天就收到货了，新包装挺好看，晚上试试去屑去油效果，还送了小瓶试用装，好评！客服春春服务很好。



商家回复 感谢亲选择信任我们，每一天...展开

分享

评论

有用